



X-IDE

NEW GENERATION

OBJECTIF

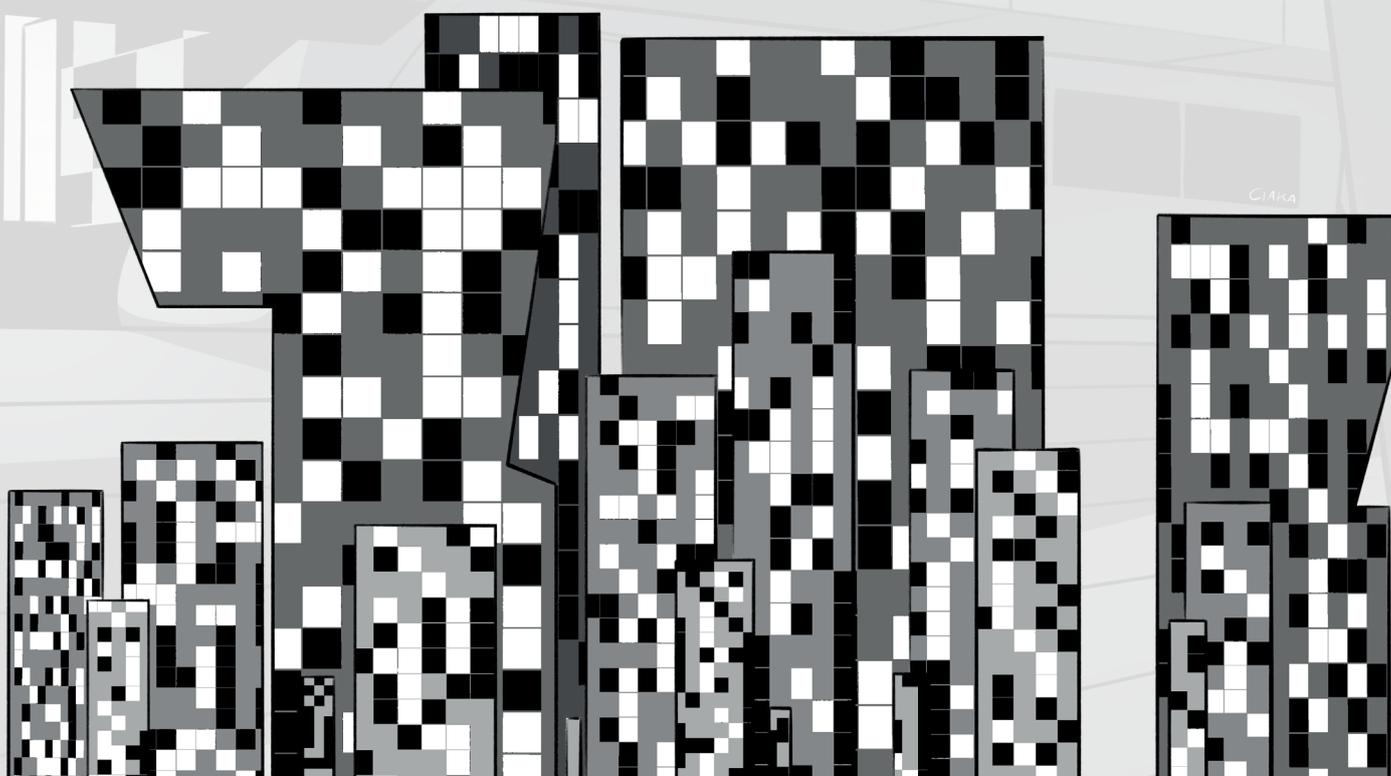
X-Ide fête ses 20 ans en 2024 et, forte de ses deux décennies d'histoire, ressent le besoin de réécrire les règles d'une marque qui a fait de la couleur et de la créativité ses maîtres mots. Elle le fait avec une opération de rebranding stylistique et conceptuel, en présentant un logo plus contemporain, une collection tournée vers l'avenir et une édition limitée commémorative qui vise à conquérir un marché cible de plus en plus large, jeune et très à la mode.

CONCEPT

Expression percutante de la créativité et du style italiens, X-Ide a aujourd'hui décidé de se présenter avec un nouveau concept, plus moderne et plus contemporain, en relançant l'icône double branche, signe caractéristique de ses débuts. Ce nouveau projet identitaire s'exprime dans une collection capsule - 8 modèles uniques et distinctifs - et répond à un marché qui change à une vitesse vertigineuse. X-Ide New Generation métabolise les transformations, les interprète et les fait évoluer.

LA CIBLE

Le public cible de X-Ide New Generation est attentif aux nouvelles tendances, exigeant et créatif. Il aime être agréablement surpris par des éléments distinctifs et reconnaissables, veut se démarquer de la masse et se tourner vers l'avenir, mais sans jamais ignorer la tradition. La nouvelle identité visuelle de la marque élargit le public avec lequel elle dialogue, répondant aux désirs et aux valeurs de la nouvelle cible.



LE PAY OFF

La New Generation de X-Ide s'inspire de l'univers cyberpunk, l'un des contextes les plus influents et les plus célèbres de tout l'imaginaire de la science-fiction, où tout est nouveau et changeant, où le progrès technologique domine et où l'individu ressent le besoin de s'exprimer. Une nouvelle génération, en effet, créative, intrépide, curieuse et dynamique ; autant de mots clés que l'on retrouve réinterprétés dans la collection capsule de lancement, valeur caractéristique d'une marque en constante évolution.

LE CLAIM

Free Yourself, libérez-vous. Tel est le slogan de X-Ide New Generation, un véritable hymne à la liberté de s'exprimer, à commencer par le style. C'est une exhortation à abandonner les convictions qui nous limitent, à dépasser l'influence des autres et du monde qui nous entoure et à cultiver les qualités et les passions qui nous habitent : un hymne à la joie de vivre dédié aux nouvelles générations auxquelles la marque s'adresse. X-Ide New Generation a une âme rebelle, anticonformiste au cri, justement, de « free yourself ! ».

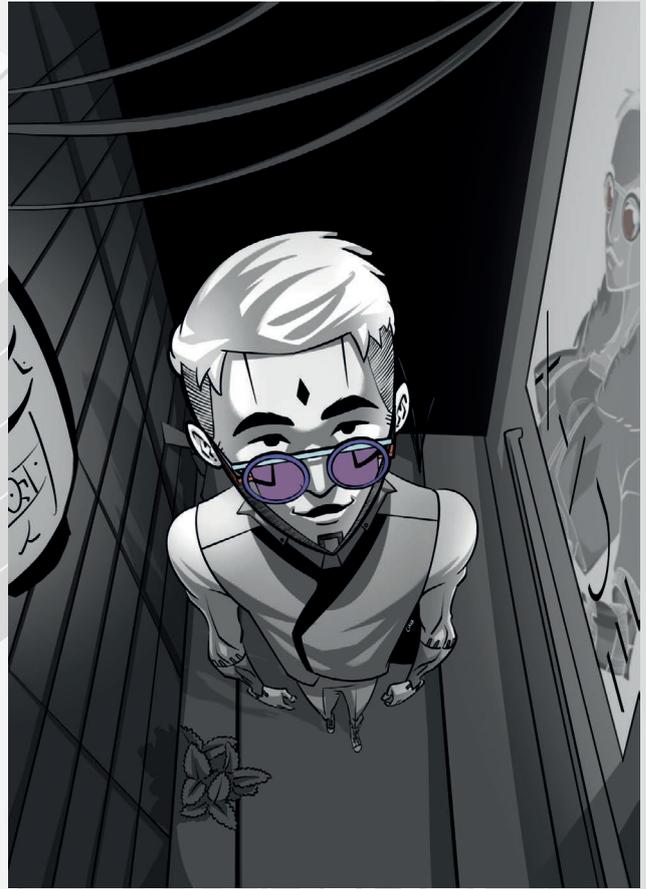
X-IDE
NEW GENERATION

FREE
YOURSELF

BANDE DESSINÉE ET ILLUSTRATION

L'histoire de la nouvelle marque et de la collection capsule qui l'interprète passe par un récit en bande dessinée où les protagonistes – cinq humains, un chien, une ville et une machine à remonter le temps – représentent autant de modèles de la collection qui incarnent un style chacun à sa manière : certains sont plus à la mode et d'autres plus minimalistes, certains plus créatifs et d'autres plus linéaires. La collection sera dévoilée sous forme de bandes dessinées qui racontent les microhistoires des personnages – Maya, Ava, Ethan, Sophie, Lucas et Molly, ainsi que Rigel, la ville futuriste et avant-gardiste, et Chronalis, la machine à voyager dans le temps –. Des noms, des histoires et des origines différentes, à l'image de la société moderne qui est de plus en plus le fruit d'un extraordinaire melting-pot.





LES PERSONNAGES

Maya a un esprit de statisticienne, son univers est celui des chiffres, mais derrière cette apparence intransigeante se cache une âme équilibrée et rêveuse qui espère un monde meilleur. Elle sait prendre la vie avec philosophie et, forte de ses origines japonaises, elle fait preuve de persévérance dans tout ce qu'elle entreprend. Dans le futur despotique dans lequel elle vit, elle a un objectif important : valoriser son prochain !

Lucas est originaire du Brésil et porte en lui les nuances joyeuses de son pays. Il a le sens du leadership dans le sang et le concrétise avec dynamisme et intuition. Il exprime sa créativité dans son travail de chef cuisinier. C'est un beau parleur au grand cœur et il arbore un style à la mode, néanmoins jamais banal.

Ava, thaïlandaise, est la plus mature du groupe – et pas seulement en matière d'âge –, introvertie et super intelligente, dotée d'un QI nettement supérieur à la moyenne qui lui a valu le surnom d'Einstein pendant toute sa scolarité. Sûre d'elle et au regard sévère, c'est quelqu'un qui va droit au but sans ambages. Elle n'aime pas les fanfreluches, dans la vie comme dans le style, son mot d'ordre est « essentiel » !

Sophie – une Yankee de 27 ans – est curieuse de nature ; pour elle chaque instant est propice à la découverte de nouvelles idées. Ce n'est pas un hasard si elle travaille comme chercheuse car elle n'est jamais rassasiée : elle veut laisser sa marque. Et elle le fait avec son style unique et particulier.

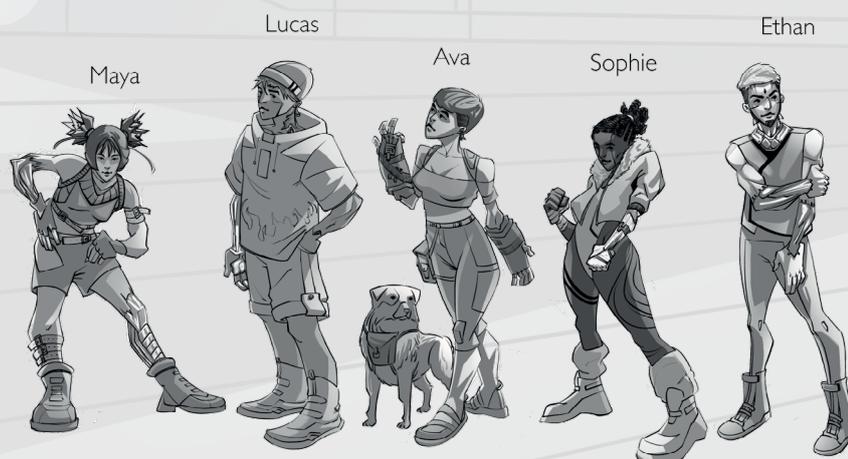
Ethan, anglais de naissance et dans l'âme, est le stratège du groupe. PDG dans la vie, c'est quelqu'un qui planifie tout dans les moindres détails, ne laissant rien au hasard et suivant une logique bien précise. Malgré sa rigueur en matière d'organisation, c'est une personne sociable. Son style ? Linéaire, comme ceux qui n'aiment pas les fanfreluches.

Molly

C'est le chiot du groupe, le compagnon à quatre pattes que nous avons tous un jour rêvé d'avoir : affectueux, intuitif, intelligent et discret, avec ses manières plaisantes mais jamais excessives, c'est le véritable ciment du groupe, le seul capable de rallier tout le monde et de faire office de pont entre des personnalités si fortes et si différentes.

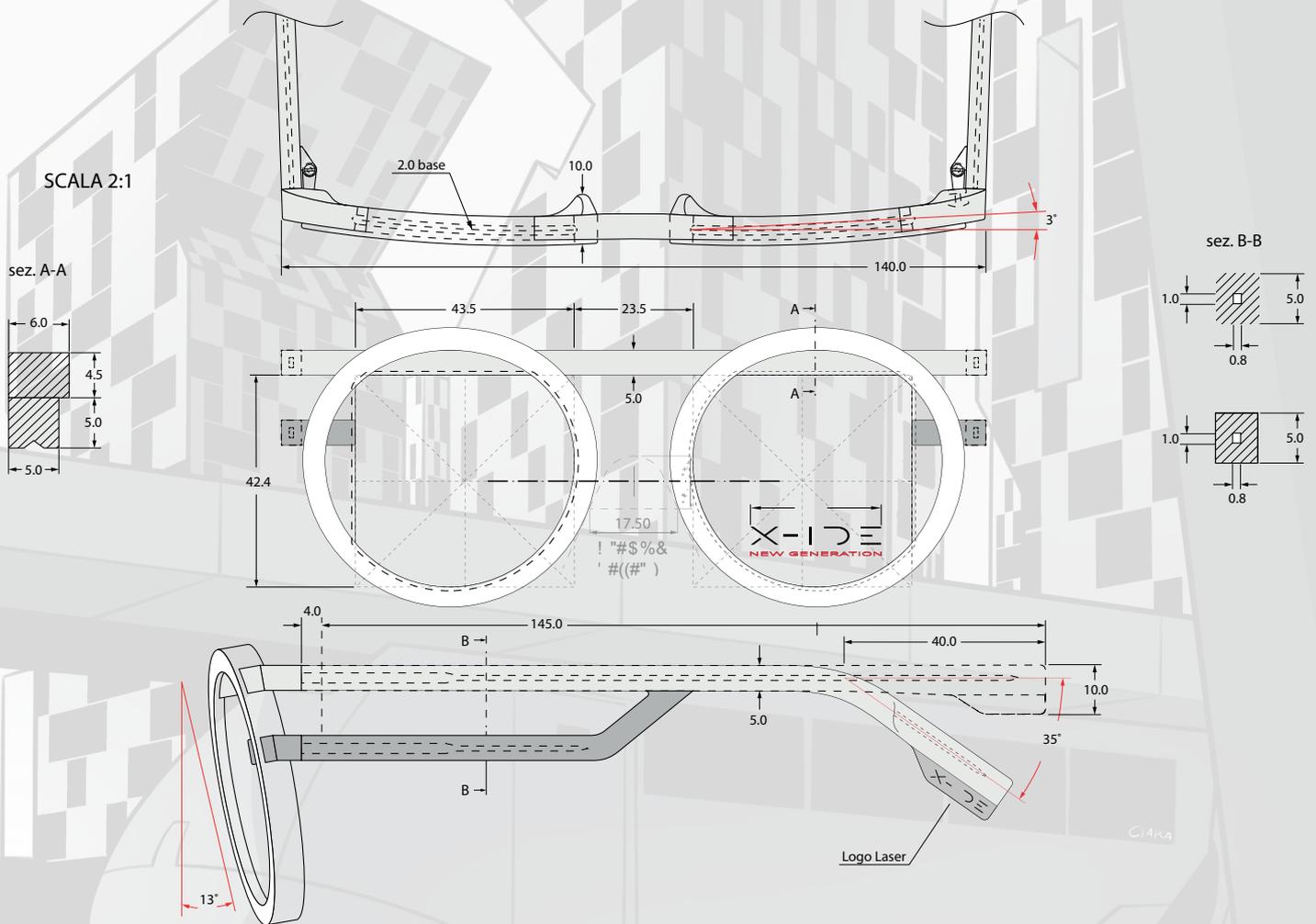
Mais le premier rôle revient à Rigel, la ville où se déroulent les histoires des protagonistes, dans un futur indéterminé. C'est la septième ville la plus lumineuse de la planète, elle est gouvernée par un cerveau positronique situé au cœur de son plus haut gratte-ciel. La nature et les groupes des périphéries menacent l'ordre contrôlé par une intelligence artificielle. Tandis que dans le centre, les gens aisés acceptent sereinement le leadership de la ville, vénérant le cerveau positronique comme une divinité. Les banlieues, quant à elles, perpétuent des traditions anarchiques héritées d'anciens conflits. Une métropole dans laquelle on ne s'ennuie assurément pas.

Rigel est une ville située dans un futur indéterminé, où cohabitent des mondes parallèles et où existent différents plans chronologiques, dirigée par un cerveau positronique, animée par une antipathie entre le centre et la périphérie. C'est là qu'intervient Chronalis, la machine à voyager dans le temps, chimère et espoir d'époques proches et lointaines, un instrument puissant et dangereux, et en même temps si fascinant puisqu'il permet de voyager selon des modes et dans des temps qui échappent à toute logique. Et c'est là que réside tout son charme.



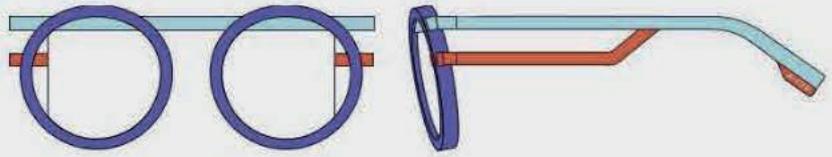
RIGEL

C'est le modèle phare de la collection, le septième, comme la septième étoile la plus lumineuse de la voûte céleste dont il porte le nom et qui brille dans la constellation d'Orion. Elle est souvent citée dans la littérature cyberpunk comme destination pour une colonisation planétaire par des androïdes. Ainsi, le modèle de lunettes Rigel de X-Ide New Generation est le plus convoité, le plus accrocheur, le plus créatif. Il brille par son originalité, un mélange de couleurs et de formes qui séduit et surprend, quel que soit l'univers dans lequel on se trouve !



MODÈLES

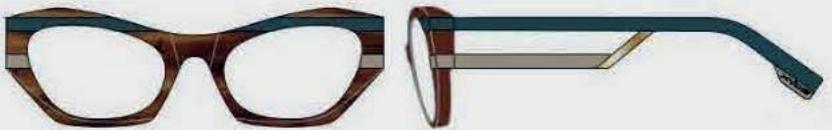
RIGEL



MOLLY



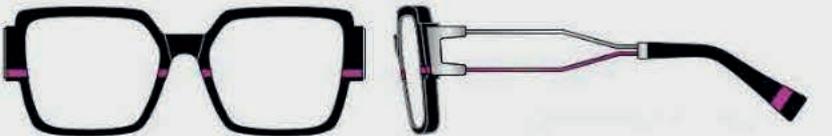
MAYA



AVA



SOPHIE



LUCAS



ETHAN



CHRONALIS



LA CAMPAGNE

La campagne X-Ide New Generation a pour toile de fond un décor innovant avec un tableau lumineux de LED derrière les modèles, précisément dans le but de mettre en valeur le concept de la double branche. L'imaginaire du cyberpunk rencontre l'iconographie de la bande dessinée, et la campagne devient le porte-parole de valeurs justes et inclusives. Les protagonistes de la campagne sont en fait trois mannequins d'origines différentes, qui élèvent la diversité au rang de valeur ajoutée et promeuvent l'inclusion au sens large. X-Ide « New Generation » est une révolution non seulement dans le domaine de la mode, mais aussi dans la narration visuelle de la lunetterie. Une marque qui célèbre le passé tout en se tournant vers l'avenir, anticipant un style novateur fait de design, de technologie et de valeurs authentiques.



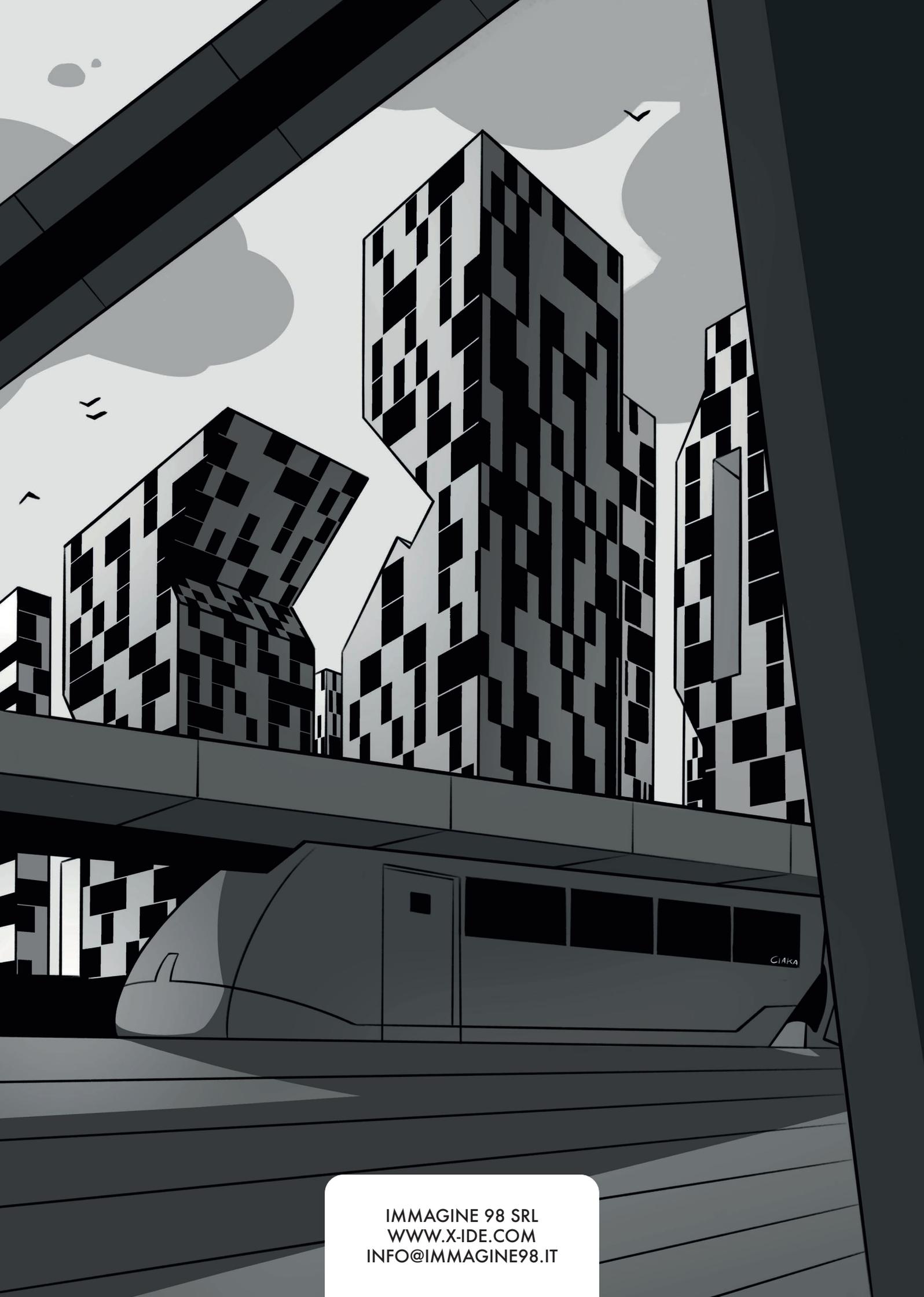


IMMAGINE 98 SRL
WWW.X-IDE.COM
INFO@IMMAGINE98.IT